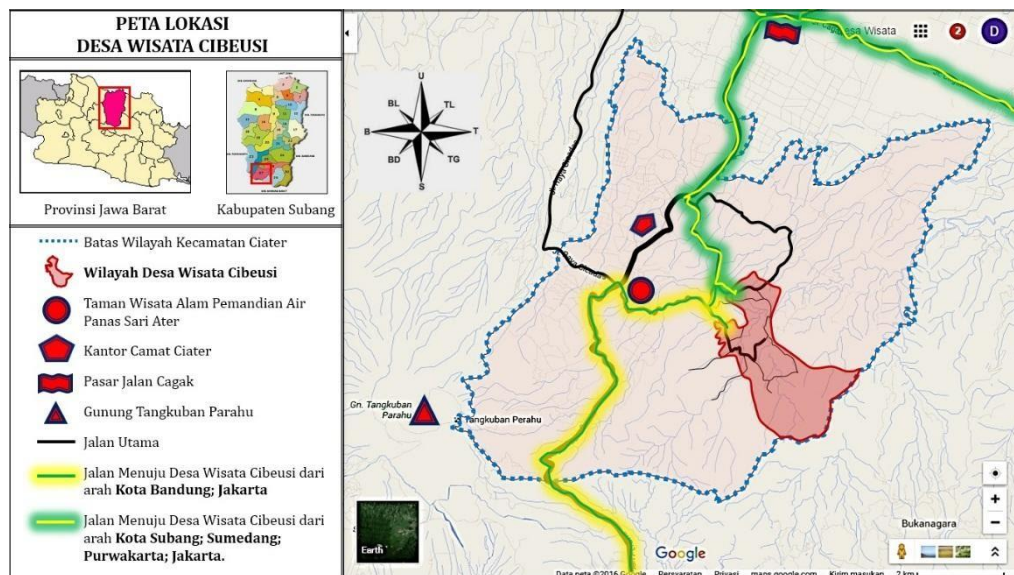


BAB 3

METODE PENELITIAN

3.1 Objek dan Subjek Penelitian

Penulis akan melakukan penelitian dengan objek penelitian ini adalah Desa Wisata Cibeusi Kecamatan Ciater, Kabupaten Subang. Desa Cibeusi terletak dibelakang kawasan wisata Sari Ater, jarak dari Sari Ater menuju desa Cibeusi ini berjarak sekitar ± 4 Km. Sedangkan subjek didalam penelitian ini adalah wisatawan dikawasan Desa Wisata Cibeusi, pengusaha, pekerja, pemasok, pemerintah, komunitas, media, pakar, pemerhati dan penikmat.



Gambar 3.1
Peta Lokasi Desa Wisata Cibeusi

3.2 Metode Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan campuran (mixed methods). Metode tersebut mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif dan kuantitatif secara teliti. Penggunaan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa angket dan untuk metode kualitatif dengan wawancara dan observasi kemudian didukung dengan hasil dokumentasi dijabarkan secara deskriptif. Penelitian ini dilakukan wawancara kepada pihak Pemerintah Desa Wisata Cibeusi, Komunitas

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Penggerak Pariwisata (KOMPEPAR) Desa Wisata Cibeusi, pengelola wisata, Pengusaha dan Pemasok produk makanan lokal di Desa Wisata Cibeusi, Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Subang, Pemerhati dan Pakar (Akademisi), BP4D Kabupaten Subang, Penikmat produk makanan lokal Desa Wisata Cibeusi yang diambil secara random dari masyarakat yang pernah berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi. Dimulai tanggal 25 Juli 2020 – 29 September 2020.

3.3 Jenis dan Sumber data

1. Data Primer

Data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah data-data mengenai faktor internal dan eksternal yang akan mempengaruhi pengembangan Desa Wisata Cibeusi sebagai destinasi wisata gastronomi di Kabupaten Subang.

2. Data Sekunder

Penelitian ini diperoleh dari hasil observasi yang dilakukan penulis serta dari studi pustaka, data yang didapatkan secara manual atau *online* pengumpulan data yang dilakukan dengan studi kepustakaan. Data yang diperoleh berupa dokumen, foto maupun laporan yang diperoleh dari *stakeholder*. Sedangkan untuk data online diperoleh di situs-situs penyedia informasi yang sesuai.

3.4 Operasional Variabel

Variabel merupakan operasionalisasi sebuah konsep agar dapat diteliti secara empiris. Variabel penelitian merupakan segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi kemudian dilakukan penarikan kesimpulan.

Berikut merupakan operasional variabel yang dilakukan dalam penelitian ini:

Tabel 3.1
Operasional Variabel

No	Variabel	Konsep Teoritis	Konsep Empiris	Konsep Analisis	Skala
1	Komponen Gastronomi	Gastronomi adalah sebuah ilmu dan seni juga	Gastronomi mencakup:	Yang akan diteliti dari makanan dan minuman lokal yang	Nominal

		<p>apresiasi terhadap etnis, bangsa, kelompok, agama, gender dan budaya untuk mempelajari tentang makanan dan minuman yang digunakan dalam berbagai situasi.</p> <p>Gastronomi tidak hanya fokus kepada seni memasak, tetapi juga tentang tatacara penghidangan, cara makan hingga kepada tentang ilmu yang berkaitan dengan gizi dari makanan tersebut.</p> <p>(Turgarini, 2018)</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Filosofi, sejarah, tradisi dan sosial 2. Etika dan etiket 3. Cara memasak 4. Bahan baku 5. Mencicipi 6. Menghidangkan 7. Pengetahuan gizi 8. Mencari pengalaman 9. Mempelajari, meneliti dan menulis. <p>(Turgarini, 2018)</p>	<p>ada di Desa Cibeusi sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Filosofi, sejarah, tradisi dan sosial 2. Etika dan etiket 3. Cara memasak 4. Bahan baku 5. Mencicipi 6. Menghidangkan 7. Pengetahuan gizi 8. Mencari pengalaman unik <p>Data diperoleh dari:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Masyarakat yang terlibat dalam proses pembuatan makanan 2. Ahli gastronomi. 3. Pemerintah daerah Studi literatur <p>Data diperoleh dengan cara:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Wawancara 2. Observasi 	
--	--	---	---	---	--

				3. Studi dokumentasi	
2	Faktor Internal	Analisis internal merupakan proses mengkaji kekuatan dan kelemahan perusahaan yang berarti dapat memanfaatkan peluang dengan cara efektif dan menghadapi ancaman didalam lingkungan perusahaannya. Faktor internal yang dianalisis mencakup sumber daya manusia, pemasaran, keuangan, dan produksi atau operasi. (David, 2009)	Faktor yang dianalisis mencakup: 1. Sumber Daya Manusia 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Proses produksi	Data diperoleh dari pengelola wisata dan pemerintah desa dengan metode wawancara meliputi: 1. Sumber daya manusia a. Kualitas karyawan b. Kuantitas karyawan 2. Pemasaran a. Target pasar b. Metode memasarkan : • <i>Word of mouth</i> • Sosial media • <i>Event</i> 3. Keuangan 4. Proses produksi a. Bahan baku b. Proses produksi c. Kualitas produk	Nominal
3	Faktor Eksternal	Lingkungan eksternal adalah	Faktor yang dianalisis mencakup:	Data diperoleh dari wisatawan dengan	Interval

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

				6. Pihak media promosi 7. Kompepar Desa Cibeusi Data diperoleh dengan cara : 1. Wawancara 2. Observasi 3. Studi dokumentasi	
4	Model Pengelolaan Gastronomi Sunda	Model Pengelolaan Gastronomi Sunda mengimplikasikan unsur klasik tradisional Gastronomi Sunda berkaitan dengan esensi sebagai sumber energi manusia untuk bertahan hidup yang dilingkupi oleh etika sosial dan etiket atau budaya makan yang baik. (Turgarini, 2018)	Gastronomi sunda: Level 1 : 1. Kesehatan 2. Bahan cerita Level 2 : 1. Cita rasa dan aroma 2. Variasi 3. Sanitasi dan kebersihan Level 3 : 1. Seni 2. Keterampilan 3. Pengetahuan	Data diperoleh dari pengusaha dan Pemerintah Data diperoleh dengan cara: 1. Wawancara 2. Observasi 3. Studi dokumentasi	Nominal

5	Paket Wisata Gastronomi	Paket wisata merupakan sebuah sistem yang terdapat beberapa subsistem pendukung didalamnya (Nuriata, 2017)	Unsur yang dibutuhkan dalam paket wisata : 1. Atraksi wisata 2. Fasilitas wisata 3. Wisatawan 4. Waktu (Nuriata, 2017)	Data diperoleh dari : 1. Penanggung jawab Destinasi Wisata, 2. Kompepar Desa Cibeusi, dan 3. Kepala Desa Cibeusi Data diperoleh dengan cara: 1. Wawancara 2. Observasi 3. Studi dokumentasi 4. Studi kepustakaan	Nominal
---	-------------------------	--	---	--	---------

Sumber : Data Diolah Penulis, 2020

3.5 Populasi dan Sample

3.5.1 Populasi

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi, dengan jumlah populasi 4.500, jumlah tersebut merupakan jumlah kunjungan perbulan wisatawan yang berkunjung ke Desa Wisata Cibeusi.

3.5.2 Sampel

Teknik pengambilan sampelnya menggunakan *non probability sampling*. Didalam penelitian ini yang menjadi sampel penelitian adalah sebagian wisatawan Desa Cibeusi yang diperoleh dari input Rumus Slovin.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Keterangan :

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan sample yang dapat ditolelir

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

Tingkat kelonggaran yang digunakan adalah 10% (0.1) dan kemudian dapat disebutkan bahwa tingkat keakuratan mencapai 90% (0.9) sehingga sampel dapat diambil untuk mewakili sebagai berikut :

N = 4.500/bulan

E = 10%

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{4.500}{1 + 4.500(0.1)^2} \\
 &= \frac{4.500}{1 + 450} \\
 &= \frac{4.500}{451} \\
 n &= 9,97 = 100
 \end{aligned}$$

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data adalah kegiatan pencatatan dan pengambilan data terhadap peristiwa-peristiwa atau suatu hal dan keterangan yang merupakan sebagian atau keseluruhan dari elemen populasi yang mana akan menunjang atau mendukung penelitian. Menurut Sugiyono (2009:137), pengumpulan data dapat dilakukan dalam berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara.

Teknik pengumpulan data yang di gunakan yaitu bersifat kualitatif maupun kuantitatif terhadap aspek-aspek yang berhubungan dengan penataan kawasan desa wisata.

Untuk mengumpulkan data terhadap penelitian ini, maka peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Observasi/ Survei
2. Menurut Arikunto (2006:155) observasi adalah pengamatan langsung dari lingkungan fisik atau pengamatan langsung suatu kegiatan yang sedang berlangsung yang mencakup semua kegiatan perhatian objek dengan menggunakan alat penilaian sensorik. Pada teknik ini, penulis akan datang langsung ke Desa

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Cibeusi Kabupaten Subang yang menjadi objek penelitian yang mana bertujuan untuk mendapatkan data tertulis dan melakukan pengamatan, peninjauan langsung terhadap objek yang diteliti. *Survey* juga dilakukan di instansi pemerintahan untuk mengumpulkan sejumlah data pendukung. Wawancara

Wawancara merupakan proses tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan terhadap dua orang atau lebih bertatap muka dengan mendengarkan langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan narasumber tersebut. Wawancara merupakan salah satu metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi data dengan cara mewawancarai langsung responden dan narasumber ahli yang terkait. Metode yang dilakukan adalah dengan bertemu langsung kepada responden dan narasumber ahli yang terkait seperti tatap muka langsung.

3. Kuesioner/ angket

Sugiyono (2009:142) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab dan juga merupakan teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

4. Studi Literatur

Data yang dikumpulkan adalah berupa data sekunder (studi pustaka) dari sumber-sumber sebelumnya, penelitian-penelitian sebelumnya. Sedangkan data primer meliputi wawancara dan penyebaran kuisisioner serta melakukan *survey* dan observasi langsung.

3.7 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.7.1 Teknik Analisis Instrumen Penelitian

Analisis data adalah proses mengatur urutan data, mengorganisasikannya ke dalam suatu pola, kategori, dan satuan uraian dasar. Sebelum menganalisis data, maka terlebih dahulu dilakukan pengujian instrumen penelitian. Langkah-langkah yang dilakukan dalam pengujian instrumen penelitian adalah sebagai berikut:

3.7.1.1 Uji Validitas

Validitas menurut Sugiyono (2017:125) menunjukan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

oleh peneliti. Suatu instrumen dapat dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Penelitian ini penulis menggunakan aplikasi spss 25 for windows sebagai alat untuk mengetahui validitas data dari data yang telah diperoleh. Berikut adalah hasil perhitungan uji validitas ke 30 responden wisatawan Desa Wisata Cibeusi yang telah diuji dengan aplikasi spss 25 sebagai berikut :

Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Responden

No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
ATRAKSI					
1.	Keunikan Destinasi Wisata di Desa Cibeusi	0.823	>	0.361	Valid
2.	Keberagaman makanan lokal di Desa Wisata Cibeusi	0.792	>	0.361	Valid
3	Merasa nyaman saat menikmati destinasi wisata di Desa Cibeusi	0.788	>	0.361	Valid
4	Tersedianya informasi mengenai Desa Wisata Cibeusi	0.649	>	0.361	Valid
5	Makanan lokal di Desa Cibeusi menarik untuk dicoba dan dijadikan atraksi wisata	0.653	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
FASILITAS					
1	Tersedia toko <i>souvenir</i> atau oleh-oleh khas Desa Wisata Cibeusi	0.725	>	0.361	Valid
2	Tersedia tempat beribadah seperti musholla	0.796	>	0.361	Valid

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

3.	Tersedia restaurant atau warung makan yang bertemakan makanan khas Desa Cibeusi	0.836	>	0.361	Valid
4.	Tersedia agen perjalanan khusus wisata gastronomi di Desa Cibeusi	0.790	>	0.361	Valid
5	Tersedia toilet di Kawasan wisata	0.789	>	0.361	Valid
6	Terdapat penginapan <i>homestay</i> yang menyediakan paket makan khas Desa Wisata Cibeusi	0.855	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{label}	Keterangan
AKSESIBILITAS					
1	Akses menuju ke Desa Wisata Cibeusi	0.849	>	0.361	Valid
2	Kondisi jalan untuk ke lokasi baik	0.799	>	0.361	Valid
3.	Sarana transportasi umum memadai	0.680	>	0.361	Valid
4.	Lalu lintas untuk menuju lokasi aman bagi wisatawan	0.679	>	0.361	Valid
5	Terdapat papan petunjuk jalan untuk mencapai destinasi	0.645	>	0.361	Valid
6	Tersedia transportasi umum ke setiap destinasi wisata	0.519	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{label}	Keterangan
PELAYANAN TAMBAHAN					
1	Tersedia pos keamanan pada area wisata	0.487	>	0.361	Valid
2	Tersedia aliran listrik di destinasi wisata	0.796	>	0.361	Valid

3.	Jaringan telekomunikasi mudah diakses dengan baik	0.862	>	0.361	Valid
4.	Tersedia tempat parkir yang memadai	0.440	>	0.361	Valid
5	Tersedia rambu-rambu lalu lintas di sepanjang jalan	0.582	>	0.361	Valid
6	Mesin anjungan tunai mandiri (ATM) mudah dijangkau	0.569	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
ASPEK KOGNITIF					
1	Destinasi wisata di desa cibeusi	0.874	>	0.361	Valid
2	Daya tarik wisata gastronomi menarik untuk dikunjungi	0.838	>	0.361	Valid
3.	Kemudahan akses menuju berbagai destinasi wisata	0.707	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
ASPEK AFEKTIF					
1	Wisatawan merasa senang mendapat pengetahuan dan pengalaman tentang wisata gastronomi di Desa Cibeusi	0.829	>	0.361	Valid
2	Wisata gastronomi di Desa Cibeusi memiliki pengelolaan yang baik	0.882	>	0.361	Valid
3.	Fasilitas yang terdapat di Kawasan destinasi wisata sebanding dengan harga yang ditawarkan	0.895	>	0.361	Valid
No	Pertanyaan	R_{hitung}	X	R_{tabel}	Keterangan
ASPEK KONATIF					

1	Selain keindahan alam wisatawan tertarik untuk melihat berbagai tradisi dan kebudayaan di Desa Cibeusi	0.584	>	0.361	Valid
2	Wisatawan datang ke Desa Cibeusi karena melihat promosi atau informasi terkait wisata	0.865	>	0.361	Valid
3.	Wisatawan berkunjung karena rekomendasi dari kerabat atau teman	0.818	>	0.361	Valid
4.	Wisata gastronomi di Desa Cibeusi menarik untuk dikunjungi	0.895	>	0.361	Valid

Sumber : data diolah oleh penulis, 2020

7.1.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Arikunto (2009 : 86) adalah “suatu instrument cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.” Uji reliabilitas dimaksudkan untuk melihat konsistensi dari instrument dalam mengungkapkan fenomena dari sekelompok individu meskipun dilakukan dalam waktu yang berbeda. Uji realibilitas, dihitung dengan menggunakan rumus alpha.

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma^2 t} \right)$$

Keterangan :

r = *coefficient reliability instrument*

K = banyak butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

$\sigma^2 t$ = total varians

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Jumlah varian butir dapat dicari dengan cara mencari nilai varians tiap

item, kemudian dijumlahkan. Rumus yang digunakan untuk mencari varians dari tiap item adalah sebagai berikut:

$$\sigma^2 = \frac{\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{N}}{N}$$

Keterangan :

Σ = varians tiap butir

x = jumlah skor tiap butir

N = jumlah responden

Jika nilai alpha >0.700 diartikan bahwa reliabilitas mencukupi (sufficient reliability), namun jika alpha >0.800 ini menggambarkan seluruh item reliabel dan seluruh tes secara konsisten memiliki reliabilitas yang kuat.

Untuk melihat ketepatan *instrument* yang digunakan dalam sebuah penelitian, maka harus dilakukan uji coba dengan menyebarkan kuisioner kepada beberapa sampel responden. Menurut Purwoto (2007:14) minimal jumlah sampel sebanyak 30 responden.

Tabel 3.3 Uji Reliabilitas Responden

Cronbach Alpha	Nilai Minimal Cronbach Alpha	N of items	Hasil Uji
Variabel X			
0.925	0.700	23	Reliabel
Variabel Y			
0.847	0.700	10	Reliabel

Sumber : data diolah penulis, 2020

3.8 Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang diperoleh baik melalui hasil kuisioner dan bantuan wawancara. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Analisis Kuisioner

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Penelitian ini menggunakan *skala Semantic Defferensial* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, hanya bentuknya tidak pilihan ganda maupun checklist, tetapi tersusun dalam satu garis kontinum yang jawaban “*sangat positif*” terletak dibagian kanan garis, dan jawaban yang “*sangat negative*” terletak dibagian kiri garis, atau sebaliknya. Data yang diperoleh adalah data interval. Dan biasanya skala ini digunakan untuk mengukur sikap/karakteristik tertentu yang dimiliki seseorang (Sugiyono, 2014).

Instrument yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah angket *skala Semantik diferensial*.

2. Analisis Matriks IFE dan Matrik EFE

a. Identifikasi Faktor-Faktor Internal dan Eksternal

SWOT adalah salah satu strategi untuk menggambarkan bagaimana manajemen menyelaraskan peluang-peluang dan ancaman-ancaman yang dihadapi organisasi dengan kekuatan dan kelemahannya, sehingga menghasilkan empat rangkaian alternative strategi (Rufaidah, 2012)

Metode ini mengarah pada *brainstorming* untuk menciptakan strategi-strategi alternative yang mungkin tidak terpikirkan oleh manajemen. Metode analisis SWOT dipilih karena merupakan bentuk analisi situasi dan kondisi yang bersifat deskriptif atau memberi gambaran terhadap suatu masalah. Analisis ini menempatkan situasi dan kondisi Desa Wisata Cibeusi yang actual dan factual sebagai faktor masukan yang kemudian dikelompokkan menurut kontribusinya masing-masing, baik itu kekuatan, kelemahan, peluang, ancaman. Penggunaan metode ini nantinya diharapkan akan menghasilkan suatu analisis dan pilihan strategis (*strategic analysis and choices*) yang menyeluruh, agar dapat digunakan untuk menentukan faktor penentu keberhasilan dan faktor kegagalan. SWOT mempunyai tujuan untuk memilah pokok masalah dan memudahkan dalam pendekatan strategis. Selain itu diharapkan pengembangan wisata gastronomi yang dilakukan senantiasa terarah dan terfokus. Inti dari SWOT adalah perumusan strategi gabungan dari IFE (*Internal Factors Evaluation*) dengan komponen EFE (*External Factors Evaluation*) sehingga menghasilkan empat macam strategi kombinasi untuk dianalisa lebih lanjut.

1. *Matriks Internal Factors Evaluation (IFE)*

Matriks IFE digunakan untuk mengetahui faktor-faktor internal yang berkaitan dengan kekuatan dan kelemahan yang dianggap penting, berikut tahapan kerja dari matrik IFE :

1. Tentukan faktor-faktor yang menjadi kekuatan dan kelemahan susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 kekuatan dan kelemahan)
2. Beri bobot masing-masing faktor tersebut dengan skala mulai dari 1.0 (paling penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Berdasarkan pengaruh faktor-faktor tersebut posisi strategis perusahaan. (semua bobot tersebut jumlahnya tidak boleh melebihi skor total 1.00). Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode “*paired comparison*” yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian terhadap bobot pada setiap faktor penentu internal serta faktor-faktor dalam struktur industry. Penentu bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2 dan 3, dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :
 - 1 = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal
 - 2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal
 - 3 = jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus berikut

$$\frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} = a_i$$

Keterangan :

a_i = bobot faktor ke- i

X_i = nilai faktor ke- i

$i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.4 Pembobotan Matrik IFE “Paired Comparison”

Faktor penentu Internal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber : (David, 2004:131)

3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Variable yang bersifat positif (semua variable yang masuk kategori kekuatan) diberi nilai mulai dari +1 sampai dengan +4 (sangat baik) dengan membandingkannya dengan industri atau dengan pesaing utama. Sedangkan variabel yang bersifat negative, kebalikannya. Contohnya, jika *kelemahan* perusahaan besar sekali dibandingkan dengan rata-rata industri, nilainya adalah 1, sedangkan jika kelemahan perusahaan dibawah rata-rata industri, nilainya adalah 4, ratingnya adalah 1, sedangkan jika kelemahannya sedikit ratingnya 4.
4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (*outstanding*) sampai dengan 1.0 (*poor*)
5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis internalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik IFE.

Tabel 3.5 Matriks Evaluation Faktor Internal (IFE)

Key Internal Factor	Bobot	Rating	Skor
Kekuatan			
-			
-			
Kelemahan			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber: Umar, Husein. (2008:249)

2. *Matrik External Factors Evaluation (EFE)*

Analisis evaluasi faktor eksternal dilakukan untuk mengembangkan faktor peluang yang kiranya dapat dimanfaatkan dan faktor ancaman yang perlu dihindari. Dalam analisis ini faktor lingkungan eksternal yang akan diidentifikasi antara lain wisatawan, pesaing, persepsi wisatawan, perkembangan wisata gastronomi.

Dalam mengevaluasi faktor tersebut menggunakan matriks evaluasi faktor eksternal (EFE)

1. Susunlah dalam kolom 1 (5 sampai dengan 10 peluang dan ancaman)
2. Beri bobot masing-masing faktor dalam kolom 2, mulai dari 1.0 (sangat penting) sampai dengan 0.0 (tidak penting). Faktor-faktor tersebut kemungkinan dapat memberikan dampak terhadap faktor sinergis. Nilai bobot dinilai dan dihitung menggunakan metode “*paired comparison*”, yaitu metode yang digunakan untuk memberikan penilaian bobot pada setiap faktor penentu

eksternal serta faktor-faktor dalam struktur industri. Penentuan bobot dari setiap faktor digunakan skala 1,2, dan 3 dimana arti nilai tersebut sebagai berikut :

1 = jika faktor horizontal kurang penting daripada faktor vertikal

2 = jika faktor horizontal sama penting daripada faktor vertikal

3 = jika faktor horizontal lebih penting daripada faktor vertikal

Bobot dari setiap faktor dengan menentukan proporsi nilai setiap faktor terhadap jumlah nilai keseluruhan faktor dengan menggunakan rumus berikut :

$$\frac{X_i}{\sum_{i=1}^n X_i} = a_i$$

Keterangan :

a_i = bobot faktor ke-i

X_i = nilai faktor ke-i

$i = 1, 2, \dots, n$

Bentuk nilai pembobotan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3.6 Pembobotan Matrik EFE “Paired Comparison”

Faktor penentu Eksternal	A	B	C	Total
A				
B				
C				
				Jumlah

Sumber: (David, 2004:131)

3. Hitung rating (dalam kolom 3) untuk masing-masing faktor dengan memberikan skala mulai dari 4 (outstanding) sampai dengan 1 (poor) berdasarkan pengaruh faktor tersebut terhadap kondisi perusahaan yang bersangkutan. Pemberian nilai rating ancaman adalah kebalikannya. Misalnya, jika nilai

ancamannya besar, ratingnya adalah 1, sebaliknya jika nilai ancamannya sedikit ratingnya 4.

4. Kalikan bobot pada kolom 2 dengan rating pada kolom 3, untuk memperoleh faktor pembobotan dalam kolom 4, hasilnya berupa skor pembobotan untuk masing-masing faktor yang nilainya bervariasi mulai dari 4.0 (outstanding) sampai dengan 1,0 (poor)

5. Gunakan kolom 5 untuk memberikan komentar atau catatan mengapa faktor-faktor tertentu dipilih dan bagaimana skor pembobotannya dihitung.

6. Jumlahkan skor pembobotan (pada kolom 4), untuk memperoleh total skor pembobotan bagi perusahaan yang bersangkutan. Nilai total ini menunjukkan bagaimana perusahaan tertentu bereaksi terhadap faktor-faktor strategis eksternalnya. Total skor ini dapat digunakan untuk membandingkan perusahaan ini dengan perusahaan lainnya dalam kelompok industri yang sama. Berikut tabel untuk matrik EFE.

Tabel 3.7 Matriks Evaluation Factors Eksternal (EFE)

Key External Factors	Bobot	Rating	Skor
Peluang			
-			
-			
Ancaman			
-			
-			
Total	1,00		

Sumber: Umar, Husein. (2008:249)

3. Positioning Kuadran SWOT

Setelah memasukan data kedalam matrik Eksternal Factors Evaluation (EFE) dan Internal Factors Evaluation (IFE) dan memberi bobot dan rating untuk masing-masing poin, tahapan kerja yang selanjutnya adalah menghitung skor yang didapat dari kedua matriks tersebut, yang dimana hal tersebut dimaksudkan untuk mengetahui positioning, suatu wilayah atau kawasan dilihat dari potensi yang ada.

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

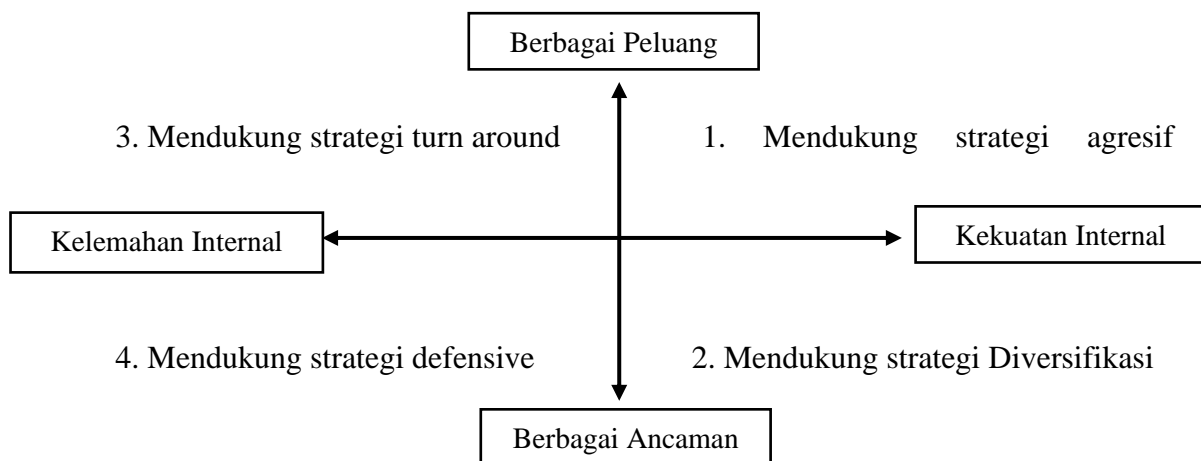
Perpustakaan.upi.edu

Positioning yang dimaksud disini adalah mengetahui posisi potensi Desa Wisata Cibeusi. Berikut tahapan kerja untuk menemukan *positioning* kuadran SWOT. Setelah sebelumnya membahas matrik IFE dan EFE maka dapat diketahui posisi suatu perusahaan yang sesungguhnya. Dari matrik IFE dapat diketahui posisi sumbu x dengan rumus sebagai berikut :

$$X = \text{Total Kekuatan} - \text{Total Kelemahan}$$

Sedangkan untuk matrik EFE dapat diketahui sumbu Y dengan rumus sebagai berikut:

$$Y = \text{Total Peluang} - \text{Total Ancaman}$$



Gambar 3.2 Kuadran Positioning Faktor Internal Dan Eksternal

Sumber : (Rangkuti, 2014:20)

Keterangan (Rangkuti, 2014:21)

1. Kuadran I (Positif, Positif)

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*)

2. Kuadran II (Positif, negatif)

Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah menggunakan

kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar)

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan Question Mark pada BCG Matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

4. Tahap Penentuan Strategi

Tahap ini merupakan kesimpulan dalam proses analisis data. Setelah mengetahui suatu wilayah tersebut ada di positioning berapa, maka tahapan kerja akhir adalah menentukan strategi apa yang akan digunakan untuk wilayah tersebut dengan menggunakan matrik TOWS/SWOT.

Kombinasi komponen-komponen SWOT merupakan strategi-strategi yang mendukung pengembangan potensi seperti, strategi Strengths Opportunities (SO), Strength Threats (ST), Weaknesses Opportunities (WO), dan weaknesses. Agar lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

Tabel 3.8 Matriks Analisis SWOT

	KEKUATAN (Strengths)	KELEMAHAN (Weaknesses)
	Menentukan faktor-faktor kekuatan internal	Menentukan faktor-faktor kelemahan internal
IFAS		
EFAS		

Peluang (Opportunities)	Strategi S - O	Strategi W - O
Menentukan faktor berdasarkan peluang eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	Merancang strategi yang meminimalisir kelemahan untuk memanfaatkan peluang
ANCAMAN (Threats)	Strategi S - T	Strategi W - T
Menentukan faktor berdasarkan ancaman eksternal	Merancang strategi dengan menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	Merancang strategi untuk meminimalisir kelemahan serta menghindari ancaman

Sumber: Rangkuti, (2014)

Keempat macam strategi kombinasi tersebut adalah :

1. Strategi S – O (*Strength – Opportunity*)

Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (strengths) dan peluang (Opportunities) yang dimiliki suatu bisnis tersebut. Sehingga dihasilkan strategi untuk meraih peluang yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang memanfaatkan seluruh kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut.

2. Strategi W – O (*Weakness – Opportunity*)

Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (weakness) dan peluang (Opportunities) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki dengan memanfaatkan

peluang yang ada. Strategi pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan.

3. Strategi ST (*Strength – Threat*)

Strategi ini mengkombinasikan komponen kekuatan (*Strengths*) dan ancaman (*Threat*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan ancaman yang ada dengan kekuatan yang dimiliki bisnis tersebut. Strategi yang menggunakan kekuatan yang dimiliki oleh objek dan daya tarik wisata untuk mengatasi ancaman yang memungkinkan terjadi.

4. Strategi WT (*Weakness – Threat*)

Strategi ini mengkombinasikan komponen kelemahan (*Weakness*) dan ancaman (*Threats*) yang dimiliki suatu bisnis tertentu, sehingga dihasilkan strategi untuk meminimalkan kelemahan yang dimiliki sekaligus menghindari ancaman bisnis yang ada. Strategi ini berupa kegiatan yang bersifat defensive dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman.

5. Tahap Keputusan

1. Tahap keputusan merupakan tahapan terakhir dalam formulasi strategi, yaitu dengan menetapkan alternatif strategi dimana perusahaan menetapkan strategi yang baik untuk terlebih dahulu dilaksanakan. Alat untuk menganalisis pada tahapan ini adalah menggunakan QSPM (*Quantitative Strategic Planning Matrix*). Analisis QSPM memungkinkan perusahaan untuk mengevaluasi alternatif strategi secara objektif. Berdasarkan faktor keberhasilan internal dan eksternal yang telah diidentifikasi sebelumnya (David, 2009). Adapun enam tahapan yang dibutuhkan untuk mengembangkan QSPM adalah sebagai berikut :Membuat daftar peluang dan ancaman eksternal dan kekuatan dan kelemahan internal perusahaan. Informasi diperoleh dari matriks IFE dan EFE.Memberikan bobot untuk masing-masing faktor internal dan eksternal yang sama dengan bobot tiap faktor yang ada pada IFE dan EFE.Mengevaluasi matriks pada tahapan kedua (pencocokan), dan identifikasi alternatif strategi yang harus dipertimbangkan organisasi untuk diimplementasikan. Kemudian dicatat pada baris atas QSPM.Menentukan nilai daya tarik (*attractiveness Score-AS*). Nilai ini mengindikasikan daya tarik relatif dari masing-masing

strategi. Adapun nilai daya tarik yang diberikan adalah sebagai berikut : 1 = tidak menarik, 2 = agak menarik, 3 = cukup menarik, dan 4 = sangat menarik. Menghitung total nilai daya tarik (Total Attractiveness Score-TAS) nilai ini didapatkan berdasarkan hasil dari perkalian bobot (langkah b) dengan nilai daya tarik (langkah d) dalam tiap baris total nilai daya tarik menunjukkan daya tarik relatif untuk masing-masing strategi. Semakin besar nilainya, maka semakin baik alternatif strategi tersebut. Menghitung jumlah total TAS pada masing-masing kolom strategi alternatif strategi yang terpilih. Strategi dengan TAS tertinggi adalah strategi yang paling layak untuk diimplementasikan.

Tabel 3.9 Contoh matriks QSPM

Faktor utama	Alternatif Strategi			
	Weight	Strategi I	Strategi II	Strategi III
Faktor Eksternal 1. Ekonomi 2. Politik/Hukum 3. Sosial/kebudayaan 4. Demografi/lingkungan 5. Teknologi 6. Persaingan				
Faktor Utama Faktor Internal 1. Manajemen 2. Pemasaran 3. Keuangan 4. Produksi/operasi 5. Penelitian-pengembangan 6. Sistem informasi				

Sumber : Umar (2008:246)

Popi Puspitasari, 2020

PENGEMBANGAN KAWASAN WISATA GASTRONOMI DESA CIBEUSI KABUPATEN SUBANG JAWA BARAT

Universitas Pendidikan Indonesia

Repository.upi.edu

Perpustakaan.upi.edu

Keterangan :

Faktor Internal :

1 = Lemah

2 = Lemah

3 = Kuat

4 = Sangat kuat

Faktor Eksternal :

1 = Sangat lemah

2 = Rata-rata

3 = Diatas rata-rata

4 = Superior